



Comité de pilotage

Mois sans Tabac – 28/02/2017

ORDRE DU JOUR

- 1/ Bilan national de la campagne Santé Publique France
- 2/ Retour d'expériences des partenaires
- 3/ Bilan régional de la campagne
- 4/ Perspectives édition 2017



MOI(S) SANS TABAC ÉLÉMENTS DE BILAN

Retour d'expérience



CHRONOLOGIE MOI(S) SANS TABAC

...

septembre

octobre

novembre

- Appel à projets «**Ambassadeur**» permettant de doter **14 régions** d'un organisme soutenant l'ARS dans le déploiement
- Appel à projets CNAMTS permettant de financer **143 projets** dans 74 dpts

- **Mailing** pros de santé
- **CP** pros de santé, achat d'espace presse pro + logiciel patient
- Lancement **nouvelle appli**
- Ouverture fanpage **facebook TIS**
- Ouverture compte **Twitter @Mois_sans_tabac** et création du **#MoisSansTabac**
- Lancement **site partenaire**
- Lancement **site pro de santé**
- Démarrage opération **vitrophanie**

- **Mailing** pharmaciens
- Livraison **kit** aux grossistes répartiteurs
- **Conférence de presse** Ministre
- Ouverture de l'espace **Moi(s) sans tabac sur tis.fr**
- **Campagne** média TV + affichage + web + mobile
- Placement thème + produit **PBLV** dans la quotidienne
- **Photomaton**

- **CP** lancement
- **Campagne** radio + web + mobile
- Placement thème + produit **PBLV** dans la quotidienne
- **Web série** PBLV, 1 épisode du lundi au vendredi du 1^{er} au 30 novembre
- **CP** clôture



MOI(S) SANS TABAC CÔTÉ PUBLIC



- **180 113** inscrits à l'opération sur Tabac Info service (13.447 en PACA)
- **91 898** commandes individuelles de kit
- **69 483** like de la page Facebook
- **2 627** abonnés au compte Twitter
- **Appels reçus au 39 89** en octobre - novembre **multipliés par 2** par rapport à 2015 (15.618 vs 6.956)
- Nombre de **visiteurs uniques** sur le site www.tabac-info-service.fr **multiplié par 3** (1.58M du 10/10 au 30/10 vs 0.51M en octobre-novembre 2015)
- **118 265** téléchargements de la nouvelle application smartphone (IOS et Android) aboutissant à **71 800** créations de compte sur l'appli
- **72 000** fumeurs conseillés via TIS



MOI(S) SANS TABAC CÔTÉ PUBLIC



- JanetJo Martel**
Courage !!! Tu as l'air d'une femme forte et déterminée.
Il y a 52 minutes · J'aime · Répondre
- Delphine Urtaun**
Super témoignage. Plein de vérités. On va y arriver tous ensemble! A nous sortir de ce poison qui nous rend prisonniers!
Il y a 15 minutes · J'aime · Répondre
- Karima Declerck**
Courage tu va y arriver
Il y a 50 minutes · J'aime · Répondre
- Bastien Sp**
Bon courage
Il y a 53 minutes · J'aime · Répondre
- Sylvia Delacroix Vannieuwenhuyze**
courage a vous
Il y a 16 minutes · J'aime · Répondre

J+15 : Moins de fatigue et moins de toux.

OLIVIER
Vous vous sentez plus fort-e, plus dynamique ! Les nuits sont meilleures et la fatigue est beaucoup moins présente. 15 jours sans tabac, c'est plus d'énergie et moins de toux. Bon, d'accord, ça ne fait pas encore de vous un-e athlète des JO, mais votre nouvelle foulée vous donne un air assuré et combatif. Et si vous voulez faire plus de sport, vous pouvez bouger **près de chez vous**. Ah, qu'est-ce que c'est bon de mieux respirer !

Belle journée,
L'équipe #MoisSansTabac





MOI(S) SANS TABAC CÔTÉ PARTENAIRES



- **3 206** partenaires régionaux (création de compte sur le site), **100** partenaires nationaux
- **7 350** commandes de pros de santé suite au mailing
- Vitrophanie apposée dans **17 592** pharmacies
- Diffusion de **363 450** kits via les pharmacies

- Outils diffusés, tous canaux confondus :
 - Kit d'aide à l'arrêt : **637 155**
 - Affiches « en novembre, on arrête ensemble », « ici, on soutient tous ceux qui ont décidé d'arrêter de fumer » et « retirer votre kit ici » : **50 027**
 - Flyer Moi(s) sans tabac : **1 587 905**
 - Coupe-vent : **4 377**
 - Badge Moi(s) sans tabac : **97 280**
 - Dépliant « Arrêt du tabac, besoin d'aide », « Pourquoi arrêter de fumer », « Grossesse sans tabac » : **802 183**



MOI(S) SANS TABAC CÔTÉ PARTENAIRES



tabac-info-service.fr

Espace grand public

Je me connecte

Devenez partenaire
Mois sans tabac

je deviens partenaire

les partenaires
#MoisSansTabac

AMF
FRANCE TÉLÉVISIONS
123456
francetelevisions
MUTUALITÉ
FRANÇAISE
Google
pôle emploi





MOI(S) SANS TABAC CÔTÉ PRESSE

- **2 369** retombées presse au 03/12
 - 389 médias nationaux
 - 1 424 médias régionaux
 - 385 web
 - 171 médias professionnels



MOI(S) SANS TABAC

- **Observatoire Français des Drogues et Toxicomanies, tableau de bord mensuel, Janvier 2017**
 - Baisse légère des ventes de tabac en nov 2016 / nov 2015 (-3,1% cigarettes, -9,1% tabac à rouler)
 - Hausse sensible des ventes de traitements d'aide au sevrage tabagique (+28%), des consultations de tabacologie (+ 24,4%) et des appels à TIS



MOI(S) SANS TABAC, nombre d'inscrits par région

Région	Nombre d'inscrits
• Ile de France	28 470
• Auvergne Rhône Alpes	19 746
• Nouvelle Aquitaine	17 782
• Hauts de France	17 517
• Occitanie	17 120
• PACA	13 447
• Grand Est	13 354
• Pays de la Loire	12 317
• Bretagne	11 917
• Normandie	10 528
• Bourgogne Franche Comté	7 190
• Centre Val de Loire	7 019
• Corse	934
• France métropolitaine	177 341



MOI(S) SANS TABAC, nombre d'inscrits par département de PACA

Département	Nombre d'inscrits
• Alpes de Haute Provence	378
• Hautes Alpes	349
• Alpes Maritimes	2 611
• Bouches du Rhône	5 616
• Var	3 051
• Vaucluse	1 442
• PACA	13 447



MOI(S) SANS TABAC DISPOSITIF D'ÉVALUATION

- 1. Concilier rigueur scientifique et nécessité de pouvoir fournir des résultats suffisamment tôt pour être utiles dans le cadre de la deuxième édition de Moi(s) sans tabac.**
- 2. Renseigner l'efficacité du dispositif (l'exposition à Moi(s) sans tabac est elle associée à une augmentation des tentatives d'arrêt ?) mais aussi sa mise en œuvre : décrire et comprendre ce qui s'est passé afin d'améliorer l'édition suivante.**

Au 1^{er} trimestre 2017 : indicateurs d'évaluation de mise en œuvre

- **Grand public** : Mémorisation de la campagne, incitation à l'arrêt, perceptions (post-test quantitatif et qualitatif)
- **Médecins généralistes** : Perceptions, impact perçu sur la pratique (post-test qualitatif)
- **Données d'inscriptions en ligne et de recours à l'aide à distance** (3989, inscription e-coaching), commande de kits, commande de documents professionnels

national

national +
régional

Mi-2017 : bilan des actions locales à partir de la base de données OSCARS complétée par les ambassadeurs

En 2018

- Indicateurs d'exposition à partir du **Baromètre santé 2017**
- **Evaluation d'efficacité** : mise en relation des tentatives d'arrêt au dernier trimestre 2016 avec l'exposition et la participation au dispositif, les aides utilisées et l'intensité des actions régionales (BS 2017)

} national (+ régional /
exposition)

En 2019 : Evaluation médico-économique

} national

- **2000 personnes interrogées en face-à-face (15 ans et plus) ; 700 à 800 fumeurs attendus**
- **Quotas** : sexe, âge, CSP du chef de famille, région, taille d'agglomération
- **Terrain d'enquête** : du 7 au 30 novembre
- **Principales mesures** :
 - **Mémorisation spontanée** : « Au cours de ces dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu, lu ou entendu une ou plusieurs campagnes publicitaires à propos du tabac ? » / « Que voyait-on, que lisait-on, qu'entendait-on dans cette ou ces campagnes ? »
 - **Notoriété de TIS** : « Connaissez-vous, ne serait-ce que de nom... »
 - **Notoriété de Moi(s) sans tabac** : « Avez-vous entendu parler... », « Par quel biais ? »
 - **Reconnaissance** : visionnage des spots TV, du logo, des affiches, des bannières internet (CAPI)
 - **Agrément** : qu'avez-vous aimé dans cette campagne ? Qu'est-ce que vous n'avez pas aimé ?
 - **Perceptions** : cette campagne est-elle claire ? Utile ? Convaincante ? Donne des informations nouvelles ?...
 - **Caractère incitatif** : cette campagne vous incite-t-elle à réfléchir sur votre tabagisme ? À arrêter de fumer ? À consulter un professionnel de santé ? À appeler TIS ?

- **Objectifs :**
 - Comprendre l'expérience des fumeurs exposés à la campagne (comment ont-ils entendus parler de l'opération, parcours...)
 - Identifier les motivations et les freins à la participation à l'opération et à la réalisation d'une tentative d'arrêt du tabac
 - Disposer d'un retour sur les différents éléments de communication
 - Faire émerger des pistes d'optimisation de la communication
- **6 mini-groupes (4-5 personnes) de 3 heures, animés par un psychosociologue :**
 - 3 auprès de personnes ayant fait une tentative d'arrêt en novembre (inscrits ou non-inscrits)
 - 3 auprès de personnes ayant envie d'arrêter de fumer mais n'ayant pas fait de tentative d'arrêt, exposés à l'opération
- **Réunions à Paris, Metz et Tours**
- **Recrutement :**
 - À partir du fichier des inscrits sur le site
 - Et par le biais de recruteurs spécialisés
- **Dates de terrain : du 12 au 16 décembre**

- **Objectifs :**
 - Disposer d'un retour sur la communication : perception, adhésion au principe, crédibilité du message
 - Identifier si l'opération a eu un impact sur les demandes de la patientèle, et sur leur pratique
- **24 entretiens individuels de 1h30, menés par un psychosociologue**
- **Sur le lieu de travail du médecin** ou dans un lieu à leur convenance
- **Prise en compte des caractéristiques :**
 - Âge et ancienneté
 - Sexe
 - Type de patientèle (rurale, urbaine, péri-urbaine)
 - Contexte de consultation : cabinet de groupe ou seul
 - Rapport au tabac (fumeurs, non-fumeurs)
- **Localisation géographique :** régions de Paris, Metz et Lille
- **Dates de terrain : janvier 2017**

- **A partir de la base OSCARS**
- **Objectifs :**
 - Fournir un **état des lieux** de l'ensemble des actions locales
 - **Comparer** les données entre régions
 - **Comparer** les données d'une année à l'autre
 - Faciliter **l'évaluation** du dispositif
- **Indicateurs quantitatifs d'évaluation :**
 - Nombre d'actions enregistrées par région
 - Nombre d'actions par type par région
 - Nombre d'actions par public par région
 - Nombre d'actions par lieu d'intervention par région
 - Nombre de bénéficiaires des actions locales par région
- Nécessité d'avoir un reporting le plus exhaustif possible pour que ces indicateurs aient un sens
- Mise en lien de ces indicateurs (rapportés à la population régionale) avec les données du Baromètre santé 2017, notamment les tentatives d'arrêt effectuées au dernier trimestre 2016 (cf. ci-après)

- A partir du Baromètre santé 2017 (enquête aléatoire par téléphone, janvier-juin 2017, 25 000 individus)
- Hypothèse : environ 6500 fumeurs quotidiens et 450 ex-fumeurs <1 an (proportions observées en 2010)
- Critère principal d'efficacité : Tentative d'arrêt d'au moins 24 heures au dernier trimestre 2016
 - Fumeurs : « Avez-vous essayé d'arrêter de fumer au moins 24h entre octobre et décembre derniers? »
 - Ex-fumeurs : « Depuis combien de temps avez-vous arrêté de fumer ? » Si <1 an: « Plus précisément, à quels mois et année avez-vous arrêté de fumer ? »
- Prise en compte d'un éventuel report d'une tentative d'arrêt prévue en octobre ou l'anticipation d'une tentative prévue en décembre
- Recueil de la durée de la tentative d'arrêt (7 jours, 28 jours)
- Analyse exposés / non-exposés

- **Reconnaissance de la campagne** : « *Au cours du dernier trimestre 2016, il y a eu l'événement Moi(s) sans tabac. En avez-vous entendu parler, que ce soit à la télé, à la radio, sur internet, dans la presse ou par un autre canal ?* »
- **Fréquence d'exposition** : Plusieurs fois par jour / une fois par jour / plusieurs fois par semaine / une fois par semaine / moins souvent
- **Inscription en ligne à l'opération**
- **Participation à des actions locales (domicile, travail)**
- **Indicateurs issus du reporting des actions locales**

- **Régressions logistiques des tentatives d'arrêt sur chacune des variables d'exposition, ajustées sur les variables sociodémographiques**

- **Analyses de sensibilité**
 - Ajustement sur la motivation à l'arrêt (échelle de 0 à 10 : « à quel point est-il important pour vous d'arrêter de fumer ? »), facteur de confusion potentiel
 - Analyse stratifiée sur la période d'enquête pour contrôler le biais de mémoire

- **Puissance statistique**
 - 10% de tentatives d'arrêt parmi les individus non exposés (taux obtenu dans le Baromètre santé 2010 dans les 3 derniers mois)
 - Si reconnaissance de la campagne de 80%, différence détectable de 3 points

- **En avoir parlé avec des amis, des proches ou des collègues (*diffusion sociale*)**
- **Utilisation de services d'aide à l'arrêt**
 - Médecin ou autre professionnel de santé
 - Consultation de tabacologie
 - Substituts nicotiques
 - Autres médicaments (Zyban, champix)
 - Cigarette électronique
 - Ligne Tabac Info Service (TIS) 3989
 - Site TIS
 - Application TIS pour téléphone mobile
 - Kit d'aide à l'arrêt du tabac

MERCI POUR VOTRE ATTENTION !